BOISSON

Les sirops FRUISS

Teisseire s'est préoccupé de l'utilisation de son produit par l'enfant dès 1994. Avec son bidon en métal de forme ergonomique, la main du petit utilisateur trouve une partie de préhension plus étroite qui est mieux adaptée à sa morphologie. Fruiss, le concurrent, avec son bouchon surprise, a longtemps privilégié la stratégie du cadeau porté sur le packaging plutôt que celle du service rendu à l'utilisateur. Sa nouvelle bouteille apporte une réponse originale pour permettre aux enfants de mieux se servir...

VERS UN EMBALLAGE HARMONIEUX...

Chaque mois, **Fabrice Peltier**, président de P'Référence - Dynamiseur de marques, présente un produit qui, à ses yeux, a su par la bonne combinaison du travail des designers, du marketing et des industriels, apporter des solutions efficaces pour se montrer plus performant dans l'ensemble de ses quatre cycles de vie : chez l'industriel, de la création à la production; chez le distributeur, de la sortie du carton à la mise en linéaire; chez le consommateur; enfin, lorsqu'il devient déchet.





1. CHEZ L'INDUSTRIEL

La bouteille des Sirops Fruiss est une véritable innovation sur le marché. Aujourd'hui, toutes les Marques de Distributeur disposent de leur bidon de forme en métal. L'ensemble de ces emballages plus ou moins ergonomiques est en fait des copies du modèle de Teisseire, le leader du marché. En utilisant un autre matériau, le P.E.T., et d'un nouveau bouchon à valve qui permettent d'offrir au consommateur une présentation différente et une nouvelle gestuelle d'utilisation, la société Routin fête ses 120 ans en cassant les codes. Ainsi, la marque Fruiss est mieux armée pour se battre contre la concurrence. Techniquement et économiquement, nous pouvons nous interroger sur l'intérêt de la gestion et de la pose de quatre étiquettes autocollantes à découpe complexe (trois en face avant et une à l'arrière) dont les angles se décollent parfois. Le choix d'un sleever enveloppant pourrait assurer l'inviolabilité du bouchon et offrir une meilleure surface de communication.

Le commentaire de Fabrice Peltier :
Un emballage qui apporte une véritable alternative au sein d'une offre qui avait tendance à se banaliser...

2. CHEZ LE DISTRIBUTEUR

La bouteille des Sirops Fruiss se remarque au premier coup d'œil dans le rayon. À l'instar du verre, la couleur du sirop contenu est visible, cela permet de bien visualiser sur le linéaire les différents parfums de l'offre. Cette vision du contenu, renforcée par une gravure de fruits dans la forme, rassure la maman sur la qualité du sirop. Cependant, on peut regretter quelques déficiences graphiques sur la face avant du packaging : la mention de mise en avant du bouchon doseur et son schéma d'utilisation sont trop peu mis en valeur ; l'impact de la marque Fruiss est beaucoup trop faible.

Le commentaire de Fabrice Peltier :
Un emballage qui se distingue par sa forme et sa transparence, un décor graphique mériterait d'être amélioré pour mieux communiquer...

PHOTOS : P'RÉFÉRENCE - DYNAMISEUR DE MARQUES - ROUTIN

3. CHEZ LE CONSOMMATEUR

Le bouchon à valve Simplisqueeze®, utilisé notamment dans le miel, permet de contrôler le flux du versage. Ce système de dosage est un véritable atout, il permet à l'enfant de se servir seul, de verser la quantité adéquate, d'éviter les gouttes qui coulent et les bouchons qui collent... Moins de gâchis, plus de propreté et gain d'autonomie pour l'enfant. Il convient néanmoins de bien viser le fond du verre car une simple pression entraîne un jet assez puissant. La transparence du P.E.T. permet de visualiser la quantité de sirop qui reste contenue dans l'emballage. Par rapport au verre, cette bouteille est moins lourde et incassable. Cependant, le format un litre est volumineux pour un enfant. L'ergonomie de la bouteille avec ses zones de préhension sur les côtés est adaptée à une main d'adulte. Un enfant ne peut en aucun cas se servir de cette bouteille d'une main comme indiqué sur le mode d'emploi.



Le commentaire de Fabrice Peltier :
Un service de versage idéal, un format et une forme qui pourraient mieux prendre en compte la morphologie de la main de l'enfant...

4. À LA POUBELLE

Un emballage plastique désormais bien identifié par les consommateurs qui pratiquent le tri sélectif. Là encore les quatre étiquettes autocollantes ne sont pas le meilleur choix pour un recyclage idéal.

Le commentaire de Fabrice Peltier :
Un emballage dont la fin de vie est conforme aux attentes de base...